PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Oleh:
Rista Pebriyanti Nababan
180910279

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Rista Pebriyanti Nababan
180910279

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rista Pebriyanti Nababan

NPM : 180910279

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hmaniora

Program studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa "skripsi" yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya didalam naskah karya ilmiah ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam karya ilmiah ini dapat dibuktikan terdapat unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah karya ilmiah ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Juli 2022

Rista Pebriyanti Nababan
180910279

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Rista Pebriyanti Nababan
180910279

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Batam, 23 Juli 2022

Sunargo, S.E., M.Sc
Pembimbing

CS Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Berdasarkan perkembangan saat ini usaha di bidang kecantikan merupakan hal yang mudah dilakukan dan cukup menjanjikan pada saat ini. Hal ini dikarenakan meningkatnya kebutuhan manusia yang menggunakan produk kecantikan. Sehingga pada saat ini produk kecantikan tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan sekunder. Namun saat ini produk kosmetik dianggap sebagai kebutuhan primer khususnya oleh kaum wanita. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan sampel 100 orang. Untuk pengambilan data peneliti melakukan penyebarann kuesioner melalui *link google form.* Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut penguji melakukan analisis data denagn menguji validitas dan reliabel, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Peneliti mengolah data menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian yang didapat setelah dilakukan uji di atas diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kosmetik Wardah di Kota Batam.

Kata Kunci: kualitas produk; kualitas pelayanan; kepuasan konsumen

ABSTRACT

Based on current developments, business in the beauty sector is an easy thing to do and quite promising at this time. This is due to the increasing need for humans who use beauty products. So at this time beauty products are not only seen as a secondary need. However, nowadays cosmetic products are considered as a primary need, especially by women. The research method used in this study is a quantitative method with a sample of 100 people. To collect data, the researchers distributed questionnaires via the google form link. The purpose of this study was to determine how much product quality and service quality affect consumer satisfaction. To determine the effect of these variables, the examiner conducted data analysis by testing the validity and reliability, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. Researchers processed the data using SPSS version 25. The results obtained after the above test was carried out showed that product quality and service quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction with Wardah cosmetics in Batam City.

Keywords*: product quality; service quality; consumer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan saya kesehatan dan karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunaan makalah ini yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM "

Penulis menyadari,dalam pembuatan makalah ini masih ada kesalahan atau kekurangan-kekurangan karna keterbatasan kemampuan penulis. Dengan segala keterbatasannya,penulis memahami bahwa proposal ini tidak dapat dsiselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Efi Husda S.Kom., M.SI sebagai Rektor Universitas Putera batam
2. Ibu Mauli Siagian S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak Sunargo S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis di Universitas Putera Batam
4. Bapak M.Khoiri S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis di Universitas Putera Batam
5. Dr.Jontro Simanjuntak S.Pt., S.E., M.M selaku Dosen Pengampu mata kuliah metologi penelitian Manajemen di Universitas Putera Batam
6. Segenap Dosen dan staff Universitas Putera Batam yang memberikan illmunya pada penulis
7. Orangtua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan motivasi dan doa yang terbaik untuk penulis
8. Seluruh sahabat dan khususnya Maret Frengki Situmorang yang selalu memberikan dukungan pada penulis untuk menyelesaikan studi.
9. Seluruh anggota dan staff Kantor Kosmetik Wardah
10. Rekan Mahasiswa/I Universitas Putera Batam Program Studi Manajemen angkatan 2018 yang memberikan semangat untuk penulis
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membantu dalam menyelesaikan proposal ini secara langsung atau tidak.

Penulis menyadari proposal penelitian ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis meminta saran dan kritikan teman-teman yang akan membantu penulis memperbaiki penelitian selanjutnya. Sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi bidang pendidikan. Amin

Batam, 23 Juli 2022

Rista Pebriyanti Nababan

DAFTAR ISI

ABSTRAK I
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR RUMUS ix
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Batasan Masalah 6
1.4 Rumusan Masalah 7
1.5 Tujuan Penelitian 7
1.6 Manfaat Penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 Kajian Teori 9
2.1.1 Kualitas Produk 9
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk 9
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk 10
2.1.1.3 Dimensi Kualitas Produk 11
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk 12
2.1.2 Kualitas Pelayanan 13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 13
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan 14
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan 15
2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan 17
2.1.3 Kepuasan Konsumen 18
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen 18
2.1.3.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan 20
2.1.3.3 Dimensi Kepuasan Konsumen 20

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen 21
2.2 Penelitian Terdahulu 22
2.3 Kerangka Pemikiran 24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen 24
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 25
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 26
2.4 Hipotesis 27
BAB III METODE PENELITIAN 28
3.1 Jenis penelitian 28
3.2 Sifat Penelitian 28
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian 28
3.3.1 Lokasi Penelitian 28
3.3.2 Periode Penelitian 29
3.4 Populasi dan Sampel 29
3.4.1 Populasi 29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel 29
3.4.3 Teknik Sampel 30
3.5 Sumber Data 31
3.6 Metode pengumpulan data 31
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian 32
3.7.1 Variabel Independen 32
3.7.2 Variabel Dependen 33
3.8 Metode Analisis Data 34
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif 34
3.8.2 Uji Kualitas Instrument 34
3.8.2.1 Uji Validitas 34
3.8.2.2 Uji Reliabilitas 35
3.8.3 Uji Asumsi Klasik. 35
3.8.3.1 Uji Normalitas 35
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas 35
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas 36
3.8.4 Uji Pengaruh 36

3.8.4.1 Regresi Linear Berganda 36
3.8.4.2 Koefisien Desterminasi..... 37
3.9 Uji Hipotesis 37
3.9.1 Uji Parsial (Uji T)..... 37
3.9.2 Uji Simultan (Uji F) 37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 39
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden..... 40
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 40
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia..... 41
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden..... 42
4.3 Deskripsi Jawaban Responden..... 43
4.4 Analisis Data..... 48
4.4.1 Uji Validitas..... 48
4.4.2 Uji Reliabilitas 49
4.4.3 Uji Normalitas..... 50
4.4.4 Uji Multikolinearitas 52
4.4.5 Uji Heterokedastisitas..... 52
4.4.6 Uji Regresi Linear Berganda 54
4.4.7 Uji Desterminasi (R^2) 55
4.5 Pengujian Hipotesis..... 56
4.5.1 Hasil Uji T 56
4.5.2 Hasil Uji F..... 57
4.6 Pembahasan 58
4.7 Implikasi Hasil Penelitian..... 60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... 62
5.1 Simpulan..... 62
5.2 Saran..... 62
DAFTAR PUSTAKA..... 63
LAMPIRAN 64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Kosmetik Terlaris..... 2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 27
Gambar 4.1 *Philosophy* Wardah 40
Gambar 4.2 Histogram 50
Gambar 4.3 PP Plot Normalitas 51
Gambar 4.4 Scatter plot..... 53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Wardah yang masuk ke dalam *Top Brand* 2020 3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 22
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 29
Tabel 3.2 Skor Metode Skala Likert 32
Tabel 3.3 Operasional Variabel 33
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden 41
Tabel 4.2 Usia Responden 41
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden 42
Tabel 4.4 Variabel Kualitas Produk 43
Tabel 4.5 Variabel Kualitas Pelayanan 44
Tabel 4.6 Variabel Kepuasan Konsumen 46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas 48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas 50
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas 52
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas 53
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 54
Tabel 4.12 Hasil Uji Desterminasi 55
Tabel 4.13 Uji T 56
Tabel 4.14 Uji F 57

DAFTAR RUMUS

Rumus 3 1 Rumus Lemeshow 30
Rumus 3 2 Rumus Regresi Linear 36
Rumus 3 3 Uji T 37
Rumus 3 4 Uji F 38

BAB 1

PENDAHULUAN

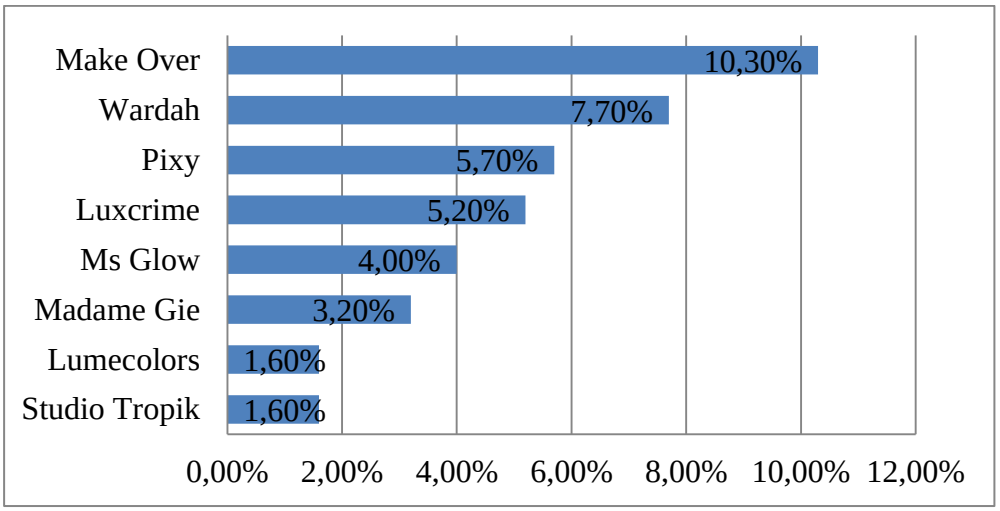
1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan ekonomi dan teknologi sangat pesat sehingga menimbulkan kebutuhan manusia juga semakin berkembang. Kebutuhan yang dimaksud di sini tidak hanya kebutuhan pokok tetapi termaksud juga kebutuhan pribadi. Untuk beberapa orang kebutuhan pribadi dianggap sama pentingnya dengan kebutuhan kebutuhan pokok khususnya pada wanita kebutuhan pribadi yang sering dituntut pemenuhannya yaitu bagian penampilan. Wanita biasanya sangat menjaga penampilan terutama bagian wajah. Wanita akan menjaga kecantikan wajahnya dengan mengikuti perawatan kulit. Para wanita pada umumnya rela menghabiskan uang berapa saja agar tetap terlihat cantik. Namun, yang menggunakan produk kecantikan tidak hanya wanita saja tapi sebagian juga pria menggunakan produk kecantikan untuk merawat kesehatan kulitnya.

Kecantikan sudah menjadi kebutuhan pokok bagi kalangan khususnya wanita bahkan pria juga banyak menggunakan produk kecantikan. Banyaknya konsumen yang menggunakan produk kecantikan hal ini membuat munculnya merek produk kecantikan yang baru. Contoh merek kecantikan yang terkenal yaitu Wardah, Oriflame, Jafra, Pond’s, Ms glow, Scarlett. Klinik kencantikan menawarkan produk berupa obat-obatan dan produk kecantikan lainnya yang dikemas dalam berbagai bentuk dan berbagai macam jenis. Kebutuhan konsumen yang tinggi terhadap produk kecantikan membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba menciptakan merek baru atau menambah varian produk yang sudah ada

sebelumnya untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Dampak buruk banyaknya permintaan untuk produk kecantikan membuat banyak juga keluarnya produk-produk baru yang tidak BPOM dan mengandung merkuri yang lebih menggiurkan dan menarik perhatian konsumen. Banyak juga pelaku bisnis yang memanfaat suasana yang menawarkan kosmetik dengan harga murah. Inilah yang membuat persaingan bisnis produk kecantikan semakin sengit (Nyonyie, 2019).

Karena begitu banyaknya peminat produk kecantikan sehingga menimbulkan ide-ide untuk orang-orang yang berbisnis curang. Saat ini banyak di luar sana yang menjual barang-barang tiruan (palsu) yang mengakibatkan konsumen menjadi menganggap produk tersebut tidak bagus. Bisa saja mereka beranggapan seperti itu karena setelah mereka menggunakan produk tersebut mengakibatkan rambut rontok, berjerawat, beruntusan, muka memerah dan banyak lainnya. Berikut adalah data yang merupakan produk kosmetik terlaris pada tahun 2022 yaitu:



Gambar 1.1 Produk Kosmetik Terlaris

Sumber: www.compas.ac.id diakses pada April 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat produk kecantikan yang saat ini sedang banyak digunakan oleh konsumen yaitu Make over. Berdasarkan data dari *website compas* bahwa produk Wardah bukan termaksud paling diminati konsumen. Wardah masih berada di bawah kosmetik Make over yang artinya produk Wardah belum termaksud produk terbaik di Indonesia. Dari data terlihat perbandingan pelanggan antara produk Wardah dan produk Make over. Dari data terlihat jelas pada tahun 2021 peminat produk Wardah lebih sedikit perbandingan yaitu 2,60%. Oleh karena itu kosmetik Wardah harus lebih memperbaiki kualitas produk dan pelayanan pada konsumen agar mampu bersaing dengan produk unggul lainnya. Karena saat ini banyak juga penjual kosmetik pesaing yang lebih menarik. Meskipun produk Wardah masih berada di bawah kosmetik Make over tetapi kosmetik Wardah masih menduduki nomor 2 paling laris pada tahun 2021. Bagaimana tidak karena kosmetik Wardah sudah terpercaya dan sudah banyak yang mengenal produk Wardah. Kosmetik Wardah juga diproduksi dengan bahan-bahan yang halal dan aman. Hal ini yang membuat kepercayaan konsumen meningkat karena kosmetik Wardah juga sudah memiliki lisensi BPOM. Wardah juga tidak mengandung merkuri atau bahan berbahaya lainnya. Pada tahun 2020 ada beberapa produk wardah yang masuk *top brand*. Tiga belas produk yang dimaksud yaitu:

Tabel 1.1 Produk Wardah yang masuk ke dalam *Top Brand* 2020

Nama produk	2017	2018	2019
BB cream	26,70%	41,40%	34,30%
Bedak muka padat	26,00%	35,50%	34,60%
Lipstik	25,00%	36,20%	33,40%
Lip glosh	23,10%	31,80%	16,20%
Foundation	23,10%	28,00%	16,10%

Tabel 1.1 lanjutan

Sun care	18,60%	13,00%	16,70%
Bedak muka tabur	17,00%	21,80%	23,90%
Boddy butter	14,40%	16,40%	9,00%
Maskara	12,20%	19,00%	15,50%
Serum wajah	-	28,00%	-
Eye cream	-	7,30%	-
Body mist	11,90%	-	-
Pensil alis	13,10%	19,90%	10,50%

Sumber: Derang (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa saat ini Wardah belum mampu mempertahankan merek dan kualitas produknya. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa produk Wardah lebih banyak mengalami penurunan walaupun Wardah terkadang mengalami sedikit peningkatan. Namun jika dilihat keseluruhan produk Wardah masih dominan menurun. Dengan begitu produk Wardah harus lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar mampu mempertahankan kestabilan produk dan mampu bersaing dengan produk lainnya.

Menurut Purba (2020) dijelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya dalam mencapai harapan pelanggan. Pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan akan sejalan dengan kualitas produk hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk harus diperhatikan dengan baik agar dapat memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jika kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak memenuhi harapan konsumen maka citra merek di pasaran tidak akan stabil.

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat jelas bahwa produk Wardah belum mampu untuk mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga mengakibatkan citra merek produk Wardah di pasaran tidak stabil. Oleh karena itu kosmetik Wardah harus lebih meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mampu memenuhi harapan konsumen sehingga kedepannya produk Wardah dapat mempertahankan kestabilan produk Wardah di pasaran dan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli dan tetap setia pada kosmetik Wardah.

Menurut Derang (2020) dijelaskan bahwa masih ada kualitas produk yang belum memenuhi harapan pelanggan. Sehingga konsumen masih ada keluhan dimana produk Wardah tidak cocok dengan kulit sensitif. Jika konsumen yang berkulit sensitif menggunakan produk Wardah maka akan muncul iritasi atau kulit menjadi merah. Sehingga hal ini harus menjadi acuan agar produk Wardah lebih ditingkatkan lagi kualitasnya. Berdasarkan uraian di atas disimpulkan bahwa masih ada masalah yang membuat konsumen tidak merasa puas yakni kualitas produk dan pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan. Sehingga membuat pelanggan tidak ingin membeli produk Wardah secara berulang dan ingin beralih pada kosmetik yang lain. Hal ini lah yang harus diperhatikan agar ke depannya lebih meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Dengan begitu pelanggan Wardah akan merasa puas sehingga tidak beralih pada produk lain dan tetap setia berlangganan dengan kosmetik Wardah. Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan oleh peneliti di atas maka dapat disimpulkan identifikasi masalahnya yaitu:

1. Terjadinya penurunan kepuasan konsumen karena kualitas produk Wardah belum memenuhi harapan konsumen.
2. Terjadinya penurunan kepuasan konsumen karena kualitas pelayanan kosmetik Wardah belum memenuhi harapan konsumen.
3. Produk Wardah belum mampu mempertahankan prestasi di pasaran sehingga adanya penurunan setiap tahunnya yang tidak stabil.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat supaya peneliti mendalami setiap masalah-masalah yang diuraikan di identifikasi masalah. Untuk itu peneliti membatasi ruang dalam rumusan masalah terhadap peran kosmetik Wardah dalam meningkatkan kepuasan konsumen mengingat masalah penelitian ini terlalu luas maka masalah dibatasi menjadi sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen
2. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang menggunakan produk kosmetik Wardah yang membeli secara langsung
3. Penelitian ini dilakukan di Kota Batam pada bulan Maret sampai Agustus tahun 2022

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pendahuluan yang sudah dipaparkan peneliti maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kosmetik Wardah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kosmetik Wardah?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kosmetik Wardah?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan sasaran atau tujuan yang hendak dicapai sehingga mendapatkan jawaban atas dasar permasalahan yang ada sehingga menjadi pokok perhatian dari peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen kosmetik Wardah
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen kosmetik Wardah
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen kosmetik Wardah

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari pelaksanaan penelitian ini adalah manfaat secara teoritis dan praktis yang dijelaskan sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini dapat menjadi bekal untuk menambah wawasan tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen juga dapat menjadi pedoman bagi peneliti selanjutnya bagi yang menggunakan judul yang sama agar dapat menjelaskan lebih detail lagi.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

   Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengalaman, meningkatkan cara berpikir dan menambah kemampuan peneliti untuk menganalisa suatu permasalahan.

2. Untuk peneliti selanjutnya

   Semoga penelitian ini menjadi penambah wawasan bagi pembaca dan bisa bermanfaat untuk sebagai referensi penelitian selanjutnya yang membahas di permasalahan bidang ini.

3. Untuk perusahaan kosmetik Wardah

   Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan serta saran dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat membantu dalam memperbaiki masalah di perusahaan sehingga dapat membuat kosmetik Wardah lebih baik dimasa yang akan datang.

4. Untuk Universitas Putera Batam

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini akan menambahkan referensi perpustakaan di Universitas Putera Batam yang akan menjadi referensi bagi mahasiswa yang mengambil judul yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kualitas Produk

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan penggabungan dari beberapa karakteristik yang menciptakan suatu barang yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan maupun harapan konsumen. Sedangkan produk merupakan setiap barang atau jasa yang bisa dipasarkan untuk di lihat maupun digunakan oleh pihak konsumen. Dalam setiap perusahaan akan memberikan kualitas produk yang terbaik bertujuan untuk memuaskan konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumen yang sesuai dengan yang diharapkannya. Contohnya ketika konsumen membeli suatu produk pemutih dan produk tersebut membawa perubahan dengan kulitnya sesuai dengan yang diharapkannya dan konsumen pasti merasa puas dengan produk tersebut berarti produk tersebut memiliki kualitas yang baik begitu juga sebaliknya jika produk tersebut tidak membawa perubahan apapun maka konsumen akan merasa kecewa tentu tidak akan membeli produk itu kembali. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi daya beli suatu produk. Semakin puas konsumen dengan kualitas dan manfaat suatu produk maka semakin sering pula konsumen akan membelinya (Derang, 2020).

Menurut Pahlawan *et al.* (2019) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan

untuk memuaskan kebutuhan yang diharapkan konsumen. Biasanya kualitas produk selalu berhubungan dengan maanfaat produk bagi konsumen. Kualitas produk adalah suatu usaha yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen kualitas yang baik adalah ketika konsumen merasa puas dengan barang yang dibelinya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu barang yang diciptakan atau dibuat dari bahan-bahan yang berkualitas baik kemudian dipasarkan yang bertujuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk adalah hal yang harus diperhatikan secara teliti agar hasil dari produk tersebut dapat memuaskan pelanggan.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk (Rahayu, 2020), yaitu:

1. Manusia

   Baik buruknya mutu dalam suatu produk yang dihasilkan suatu perusahaan sangat bergantung pada karyawan yang bertugas mengerjakan atau menyelesaikan produk tersebut. Untuk mendapatkan hasil kinerja yang maksimal karyawan harus mendapatkan pelatihan dari atasannya.

2. Manajemen

   Seni yang berkaitan dengan penyusunan perencanaan serta pengendalian dalam suatu perusahaan. Manajemen biasanya bertanggung jawab dengan kualitas produk.

3. Uang

   Untuk mempertahankan suatu kualitas produk perusahaan harus menyediakan uang untuk pembiayaan proses produksi dan biaya lainnya.

4. Bahan baku

   Bahan baku adalah hal yang harus dimiliki perusahaan karena dalam perusahaan operasi tidak dapat berjalan. Bahan baku juga sangat mempengaruhi kualitas produk dan harga suatu barang. Semakin mudah bahan bakunya diperoleh maka semakin baik pula bagi perusahaan.

5. Mesin dan peralatan

   Mesin dan peralatan adalah alat pendukung dalam proses pembuatan suatu produk. Biasanya semakin tinggi kualitas mesin yang digunakan maka semakin baik juga hasil produk yang di produksi.

2.1.1.3 Dimensi Kualitas Produk

Dari pandangan konsumen kualitas suatu produk juga terbagi menjadi beberapa dimensi. Berikut adalah dimensi kualitas produk (Derang, 2020), yaitu:

1. Kinerja

   Kinerja merupakan pencapaian yang sudah di peroleh dari suatu barang maupun jasa.

2. Estetika

   Estetika memiliki hubungan dengan tampilan produk yang dimaksud dengan estetika yaitu produk dikemas dengan unik sehingga konsumen akan merasa suka dan tertarik untuk membelinya.

3. Keragaman Produk

   Keragaman produk yaitu banyaknya jenis produk yang ditawarkan membuat konsumen merasa puas dan nyaman karena produk yang ditawarkan lengkap dan bervariasi.

4. Keistimewaan tambahan

   Keistimewaan tambahan merupakan manfaat lebih atau fitur tambahan yang didapat ketika menggunakan suatu produk. Contohnya ketika konsumen menggunakan lipbalm maka fungsinya tidak hanya mempercantik bibir tapi juga mempunyai fungsi lain yaitu melembabkan bibir.

5. Kesesuaian

   Kesesuaian merupakan manfaat produk yang digunakan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen tidak merasa kecewa.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk

Indikator yang membentuk kualitas produk terbagi menjadi 5 elemen (Rahayu, 2020), adapun elemen yang dimaksud yaitu:

1. Daya tarik produk

   Daya tarik merupakan tampilan atau kemasan suatu produk saat dipasarkan. Adapun tujuan dari kualitas produk yaitu untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produksi yang dijual dan untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Karena kepuasan konsumen dapat mempengaruhi citra perusahaan bagi konsumen.

2. Daya tahan

   Hal ini merupakan bagaimana kualitas atau ketahanan umur produk tersebut dapat digunakan semakin lama daya tahannya suatu produk maka semakin baik pula tanggapan konsumen

3. Reputasi

   Reputasi merupakan sejauh mana produk tersebut sudah dikenal oleh masyarakat. Semakin tinggi reputasi suatu barang maka semakin baik pula karena masyarakat beranggapan jika suatu barang sudah banyak mengenalnya dan menggunakan barang tersebut berarti barang itu bagus untuk digunakan.

4. Kehandalan

   Persentase kemungkinan manfaat produk tersebut cocok dan tidak cocok atau ditemukannya gagal pakai pada konsumen.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memasarkan produk atau menawarkan produk ke konsumen agar konsumen tertarik untuk membelinya. Kualitas pelayanan adalah peran yang paling penting dalam setiap perusahaan dan digunakan sebagai landasan utama agar kita tahu kebutuhan dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan akan memberikan dorongan kepada pelanggan agar tetap mau terus membeli produk di perusahaan tersebut.

Semakin sering pelanggan membeli produk di perusahaan tersebut maka semakin mudah pula untuk kita memahami apa yang menjadi harapan pelanggan. Suatu perusahaan akan terus meningkatkan kualitas pelayanan agar menyenangkan hati pelanggan. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Menurut para ahli dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah ukuran yang membuktikan kemampuan produsen untuk memenuhi kepuasan konsumen sesuai dengan harapan pelanggan tersebut (Hermanto, 2020).

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan penjual untuk memberikan kenyamanan pada setiap konsumen dan cara untuk membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk yang dipasarkan. Pelayanan yang baik pada konsumen adalah hal yang harus diperhatikan setiap penjual karena jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa dan merasa kurang puas hal ini akan menyebabkan konsumen tidak ingin membeli produk yang sama dan akan pindah produk lain.

2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terbagi menjadi beberapa dimensi adapun dimensi kualitas pelayanan (Oskar, 2020), yaitu:

1. Bukti fisik

   Bukti fisik merupakan testimoni yang harus ditunjukkan penjual pada konsumen agar konsumen percaya bahwa produk tersebut bekerja sesuai dengan yang telah dijelaskannya.

2. Kehandalan

   Kemampuan penjual ketika menjelaskan suatu produk dan menjelaskan manfaat dari produk tersebut. Kehandalan dalam melayani pelanggan dapat dikatakan bagus ketika penjual mampu memberikan konsumen kenyamanan dan menarik perhatian konsumen agar membeli produk yang ditawarkan.

3. Ketanggapan

   Ketanggapan merupakan kemampuan penjual ketika merespon setiap pertanyaan konsumen dan kemampuannya untuk memahami apa yang diharapkan atau yang diinginkan oleh konsumen.

4. Jaminan

   Nilai tukar yang disediakan perusahaan ketika produk tidak bekerja atau tidak berfungsi secara optimal. Nilai tukar yang dimaksud yaitu ketika produk tidak berfungsi maka uang akan dikembalikan atau hal lainnya.

5. Empati

   Kemampuan penjual dalam membaca situasi konsumen yang sedang emosional dan akan berusaha menyelesaikan permasalahan agar situasi semakin tenang sehingga konsumen yang datang dengan marah perlahan merasa nyaman dan emosinya menurun.

2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Adapun faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Hermanto, 2020), adalah:

1. Pemberlakuan adil

   Konsumen yang diperlakukan adil tanpa membedakan suku, bangsa, ras dan agama akan merasa dihormati sehingga konsumen nyaman saat berbelanja di perusahaan tersebut.

2. Mampu berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dipahami

   Pelayanan yang baik dapat terlihat ketika penjual mampu menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sehingga konsumen mengerti apa yang dijelaskan oleh penjual dengan baik.

3. Sikap karyawan untuk menghadapi konsumen

   Sikap karyawan dalam menghadapi konsumen yaitu tetap tenang dan sabar walaupun kondisinya konsumen datang dengan marah-marah atau menunjukkan sifat yang tidak baik.

4. Prosedur kerja yang jelas

   Prosedur kerja yang jelas yang dimaksud adalah adanya proses pemakaian atau cara menggunakan suatu produk sehingga konsumen tidak merasa bingung bagaimana cara menggunakan produk tersebut dengan benar.

5. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan konsumen

   Pelayanan dalam suatu perusahaan memang harus diperhatikan secara khusus karena pelayanan merupakan hal terpenting dalam suatu perusahaan. Pelayanan yang baik adalah ketika penjual mampu memberikan kenyamanan dan memenuhi harapan konsumen.

2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun yang termaksud dalam indikator kualitas pelayanan (Wani, 2020), sebagai berikut:

1. Reabilitas

   Menyediakan layanan berupa kapasitas yang sudah dijanjikan oleh perusahaan pada konsumen dengan konsisten sehingga dengan begitu konsumen akan merasa nyaman saat berbelanja di perusahaan tersebut.

2. Bukti fisik

   Perusahaan mampu memberikan contoh baik itu fasilitas maupun dari segi penampilan. Penjual harus bisa meyakinkan konsumen dengan menunjukkan testimoni nyata sehingga konsumen akan semakin yakin.

3. Jaminan

   Kemampuan perusahaan memberikan kepercayaan dan memberi keyakinan pada konsumen untuk memberi keyakinan pada konsumen perusahaan akan memberikan jaminan tertentu contohnya uang kembali atau jaminan lainnya.

4. Daya tanggap

   Kemampuan perusahaan untuk merespon setiap permasalahan dan menyelesaikan masalah tersebut dengan benar dan cepat. Pelayanan yang baik adalah kemampuan penjual dalam menyikapi setiap konsumen dengan tenang.

5. Empati

   Sikap pelayanan yang baik dan ramah yang diberikan pada konsumen sehingga konsumen yang datang dengan marah-marah atau emosi bisa lebih tenang dan mau mendengarkan penjelasan yang disampaikan penjual.

2.1.3 Kepuasan Konsumen

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kamus Besar Indonesia kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai rasa senang atau kecewa untuk suatu barang atau jasa. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi perkembangan suatu bisnis. Karena suatu bisnis yang memberikan kepuasan pada konsumennya atau dengan kata lain setiap konsumen yang merasa puas mengkonsumsi produk yang dibelinya di perusahaan akan memberikan keuntungan dalam perusahaan.

Kepuasan konsumen dapat dilihat dari sikap konsumen menilai suatu barang. Kepuasan akan dapat dilihat setelah konsumen sudah merasakan manfaat dari suatu barang atau jasa. Konsumen yang puas dengan suatu produk pasti akan tetap menggunakan produk tersebut. Bahkan konsumen akan menyarankan keluarga atau temannya untuk membeli produk tersebut. Kepuasan konsumen tidak hanya menunjukkan rasa senang terhadap suatu produk tentu terkadang ada juga konsumen yang kecewa saat memakai suatu produk. Hal ini tentu karena manfaat barang tersebut tidak sesuai dengan harapan konsumen dan ini akan membawa dampak buruk bagi perusahaan. Karena ini akan merusak citra produk di masyarakat dan akan mengurangi pelanggan kosmetik Wardah (Nicca, 2021).

Setiap perusahaan berlomba-lomba akan memberikan kepuasan yang maksimum pada pelanggannya. Kepuasan maksimum adalah kepuasan yang didapat konsumen pada suatu barang yang dikonsumsinya memiliki nilai lebih. Tujuan adanya penilaian kepuasan konsumen agar produsen dapat memperbaiki setiap produk yang dijualnya. Dengan demikian produk yang dijual tetap membuat konsumen merasa puas sehingga menimbulkan niat beli berulang kali bagi konsumen.

Kepuasan konsumen berkaitan dengan keputusan pembelian. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk akan terlihat ketika produk yang dibelinya sesuai dengan harapannya. Semakin sering terpenuhinya harapan konsumen maka semakin setia pula konsumen pada produk tersebut atau bahkan konsumen akan menawarkannya pada orang lain karena sudah menjadi testimoni nyata untuk produk tersebut.

Harapan konsumen merupakan hasil dari pembeliannya atau penggunaan produk yang di masa lalu atau sebelumnya. Dalam dunia bisnis suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika produk yang dipasarkannya dapat memuaskan pelanggannya. Jadi dapat disimpulkan kepuasan konsumen adalah hasil akhir atau perasaan yang ditunjukkan konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk. Jika produk tersebut memiliki manfaat sesuai yang diharapkan konsumen tentu konsumen akan menunjukkan perasaan senang dan membeli produk tersebut secara berulang itu menandakan konsumen merasa puas begitu juga sebaliknya.

2.1.3.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Hermanto, 2020), yaitu:

1. Kualitas produk

   Semakin baik kualitas dari suatu barang maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

2. Harga

   Jika harga sesuai dengan kualitas barang maka itu bagus tapi jika harga mahal tapi kualitas buruk tentu akan menurunkan niat beli konsumen.

3. Kualitas pelayanan

   Kualitas pelayanan yang baik akan terlihat jika konsumen merasa senang dan nyaman saat berbelanja di suatu perusahaan.

4. Emosional

   Sebagai penjual harus mampu menghadapi setiap tingkah laku konsumen dengan tenang dan baik sehinnga saat konsumen datang dengan marah-marah penjual tidak ikut terbawa emosi.

2.1.3.3 Dimensi Kepuasan Konsumen

Untuk memenuhi kepuasan konsumen ada beberapa dimensi yang digunakan untuk mencapai kepuasan konsumen (Derang, 2020), berikut adalah dimensi kepuasan konsumen:

1. Stabilitas

   Stabilitas merupakan ketetapan suatu produk atau kestabilan produk di pasaran yang membuat perusahaan tetap berjalan dengan baik sehingga

citra produk tidak menurun dan konsumen tetap yakin pada produk tersebut.

2. Kausalitas

   Hubungan antara konsumen dan barang yang digunakan yang artinya akan membahas adanya hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengendalian

   Kemampuan perusahaan untuk mengontrol atau mengendalikan adanya hambatan dari luar. Dengan adanya pengendalian akan mempermudah perusahaan dalam mengatasi setiap permasalahan dengan cepat.

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Ada lima indikator yang termasuk dalam kepuasan konsumen (Hermanto, 2020), yaitu:

1. Penilaian pelanggan

   Nilai yang diberikan konsumen setelah melihat bukti fisik dan cara pelayanan dari perusahaan.

2. Konfirmasi harapan

   Merupakan ungkapan dari konsumen setelah mengkonsumsi produk tersebut apakah sesuai dengan harapannya atau tidak.

3. Kesediaan untuk merekomendasi pada orang lain

   Konsumen bersedia merekomendasikan barang tersebut agar orang lain juga menggunakan barang tersebut sebagai ungkapan bahwa si konsumen merasa puas.

4. Minat membeli ulang

   Konsumen akan membeli produk secara berulang ketika produk tersebut sesuai dengan yang diharapkannya.

5. Kepuasan pelanggan keseluruhan

   Penilaian yang diterima oleh perusahaan yang diberikan semua pelanggan dengan menilai produk dan membandingkan dengan produk lain.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu merupakan sebagai bahan yang membantu penulis dan menjadi referensi dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan yang menggambarkan kajian teori yang dijelaskan sebelumnya. Berikut adalah peneliti terdahulu yang dijadikan peneliti menjadi referensi:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan tahun peneliti	Judul penelitian	Metode	Hasil penelitian
1	Imron (2019)	Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang	Penelitian kuantitatif dan dianalisis dengan statistik	Disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meubel Berkah Tangerang.
2	Sampurna (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan presepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada SB Mart Cabang Cijambe Bandung	Metode iterasi dan dianalisis dengan analisis jalur	Bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SB Mart Cabang Cijambe Bandung.

Tabel 2.1 Lanjutan

3	Hermanto dan Nainggolan (2020)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Aneka Tata Niaga	Metode slovin sampling dan mengumpulkan data dengan kuesioner	Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayan, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Aneka Tata Niaga
4	Adhitya dan wahyono (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan, cita merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen	Metode penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel dengan nonprobability sampling	Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dinilai melalui kepuasan konsumen.
5	Purba (2020)	Pengaruh kualitas produk, brand image dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk kosmetik Wardah	Metode penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis deskriptif	Bahwa Kualitas produk, brand image dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah.
6	Pahlawan *et al.* (2019)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM) Kota Makasar	Metode penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis deskriptif	Bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan daerah air minum (PDAM) Kota Makasar.

Tabel 2.1 Lanjutan

7	Susanti (2019)	*The influence of product quality and service quality on customer satisfaction at mitra 10 in Depok*	Metode asosiatif dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif	Bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen mitra 10 di Depok.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan berbagai faktor yang di identifikasikan menjadi masalah penting. Kerangka berpikir akan menjelaskan pengaruh antar variabel dependen dan variabel independen. Kerangka berpikir dalam hal ini yaitu Kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan tingkat kepuasan konsumen (Y) (Sugiyono, 2018). Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu:

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Nicca (2021) bahwa kualitas produk adalah faktor yang paling penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kualitas produk yang baik adalah kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang mengkonsumsi produk sesuai dengan harapannya tentu akan merasa puas. Kepuasan konsumen dapat dilihat ketika konsumen tetap menjadi pelanggan yang setia dan mau merekomendasikan produk tersebut pada orang lain. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Hal ini juga dijelaskan oleh Imron (2019) pada penelitian yang dilakukannya dapat

disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Meubel Berkah Tangerang.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah di Kota Batam. Jika kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka konsumen tidak akan merasa puas bahkan ada kemungkinan konsumen tidak akan membeli produk Wardah lagi begitu juga sebaliknya jika kualitas produk bagus maka kepuasan konsumen akan meningkat.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Sigalingging (2021) Kualitas pelayanan merupakan cara perusahaan menanggapi konsumen. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen nyaman. Pelayanan dikatakan baik ketika penjual mampu berkomunikasi dengan baik dan mampu menghadapi dengan baik setiap sikap konsumen. Pelayanan yang baik dan sopan adalah faktor pendukung agar konsumen mau kembali berbelanja produk tersebut. Hal ini juga diperkuat oleh Sampurna (2019) bahwa berdasarkan penelitiannya disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SB Mart Cabang Cijambe Bandung.

Berdasarkan dari teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada kepuasan konsumen kosmetik Wardah di Kota Batam. Jika pelayanan tidak baik atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka konsumen akan merasa kecewa dan

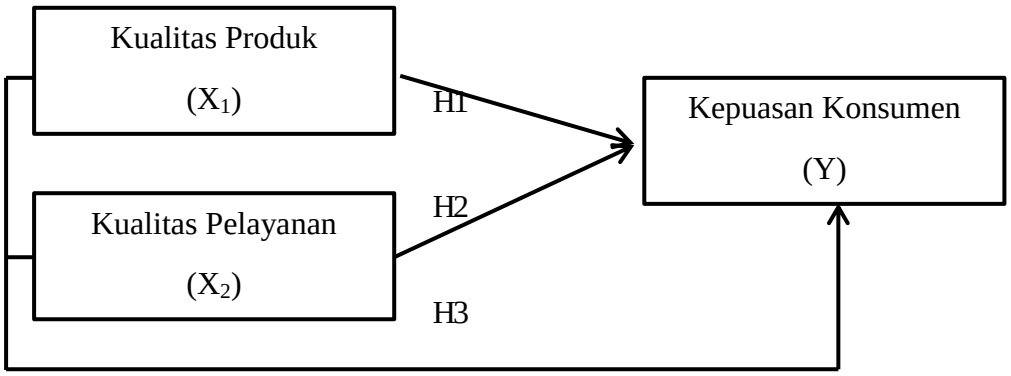
merasa tidak puas saat berbelanja begitu juga sebaliknya jika pelayanannya bagus maka konsumen akan nyaman saat berbelanja dan merasa puas.

2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Hermanto (2020) Kualitas produk sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Produk yang baik dan kualitas yang baik akan membuat pelanggan merasa puas dan senang. Kualitas produk yang baik tentu membuat konsumen nyaman sehingga akan meningkatkan citra perusahaan dipandangan masyarakat. Hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat. Jika konsumen membeli suatu produk dan mengkonsumsi produk tersebut sesuai dengan harapannya maka konsumen akan puas dengan barang yang dibelinya. Begitu juga sebaliknya jika barang yang dibelinya tidak sesuai dengan harapannya baik itu dari segi kualitas dan pelayanan maka konsumen tentu merasa tidak puas melainkan kecewa terhadap produk tersebut.

Hal ini juga diperkuat oleh Hermanto dan Nainggolan (2020) berdasarkan penelitiannya disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen pada PT. Aneka Tata Niaga. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan pada kepuasan konsumen kosmetik Wardah di Kota Batam.

Berdasarkan penjelasan di atas maka berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan gambaran sementara yang disimpulkan peneliti yang akan diuji kebenarannya melalui hasil penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran sebelumnya dapat disimpulkan hipotesis penelitian ini adalah:

H_1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah

H_2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah

H_3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif karena data dari penelitian ini menggunakan angka yang diperoleh dari responden yang akan dianalisis selanjutnya. Data yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan data primer data diambil peneliti dengan cara menyebarkan kuesioner pada konsumen kosmetik Wardah. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas pelayan sebagai varibel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel yang terikat dengan Kosmetik Wardah.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah dengan cara replikasi dimana penelitian ini melakukan riset atau pengulangan suatu studi yang dilakukan dengan meriset jurnal terdahulu dengan prosedur yang sama tetapi menggunakan subjek yang berbeda. Adapun tujuan dari riset ini adalah untuk memastikan apakah penelitian yang sebelumnya sudah melakukan penelitian dengan konsisten sehingga peneliti mendapat bukti dan jawaban yang akurat.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada konsumen kosmetik Wardah di Kota Batam sebagai tempat lokasi untuk peneliti mendapatkan data dan keperluan yang dibutuhkan.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai Agustus tahun 2022. Berikut adalah jadwal penelitian yang digunakan penulis dalam proses penelitian:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Rancangan						
Tinjauan						
Persiapan penelitian						
Pembuatan kuesioner						
Penyampaian kuesioner						
Pengelolahan data						
Penyelesaian skripsi						

Sumber: Derang (2020)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang yang memiliki karakteristik dan sifat yang berbeda yang ada dalam satu wilayah tertentu yang memiliki kaitan atau memenuhi syarat dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya karena data diambil dari orang-orang yang dijumpai peneliti tanpa sengaja yang dianggap cocok untuk menjadi sumber data (Minarti, 2020). Berdasarkan pengertian pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah setiap konsumen yang memakai produk kosmetik Wardah di Batam.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Derang (2020) sampel merupakan bagian dari populasi dan dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara acak atau kebetulan. Dimana

penelitian ini boleh dilakukan pada siapapun yang dianggap cocok sebagai sumber data dan sumber data diperoleh melalui konsumen produk Wardah. Karena populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui maka untuk penghitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow sebagi berikut:

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Rumus 3 1 Rumus Lemeshow

Sumber: Minarti (2020)

Keterangan:

N = ukuran sampel

z $\boldsymbol{a}$ = nilai standar distribusi sesuai nilai $\boldsymbol{a}$ **=** 5% = 1,96

P = 50%

Q = 1- P

L = tingkat ketelitian 10%

$$n = \frac{(1{,}96)^2 \times 0{,}5 \times 0{,}5}{(0{,}1)^2}$$

Berdasarkan rumus di atas maka sampel minimal yang diperlukan jika populasi tidak diketahui yaitu 96,04 responden jika dibulatkan maka responden dalam penelitian ini minimal 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampel

Sampel adalah bagian yang digunakan untuk memperkirakan populasi. Dapat dikatakan sampel merupakan perwakilan dari populasi. Dalam penelitian

ini metode yang digunakan adalah *probabilitas sampling* dan pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengambilan sampel pada metode ini pengambilan dilakukan secara acak. Artinya sampel diambil dari setiap orang yang menggunakan kosmetik Wardah di Kota Batam (Indriantoro, 2018).

3.5 Sumber Data

1. Data primer

   Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari konsumen kosmetik Wardah. Data akan diambil peneliti dengan memberikan pertanyaan yang sudah disediakan sebelumnya yang menyangkut dengan permasalahan penelitian. Pengambilan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner berupa *link google form* dan akan dijawab langsung oleh pelanggan atau konsumen kosmetik Wardah di Kota Batam (Pane, 2021) .

2. Data sekunder

   Data sekunder adalah sumber data yang kedua yang dibutuhkan peneliti. Data sekunder dapat diperoleh secara tidak langsung dalam arti data ini didapatkan bukan melalui konsumen melainkan dari hasil yang sudah dikumpulkan pihak lain sebelumnya. Data sekunder yang dimaksud yaitu jumlah konsumen yang membeli produk Wardah dan jenis produk yang paling banyak diminati konsumen (Mislinda, 2021).

3.6 Metode pengumpulan data

Data yang di peroleh dari penyebaran kuesioner dalam bentuk kuantitatif. Nilai kuantitatif akan dikomposisikan menjadi data yang dilakukan dengan skala

Likert yaitu metode yang memberikan penilaian pemahaman yang mengungkapkan pernyataan sikap responden tersebut dan kemudian diolah menggunakan SPSS versi 25. Adapun skor metode skala Likert ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skor Metode Skala Likert

No	Jawaban	Skor dan Nilai
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

Sumber: Rahayu (2020)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen

Variavel independen merupakan variabel (X) yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini. Variabel independen merupakan variabel yang memiliki hubungan atau pengaruh dengan variabel dependen baik itu secara positif maupun secara negatif. Adapun yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk

   Kualitas produk merupakan gabungan dari beberapa karakteristik yang berbentuk suatu barang yang akan dipasarkan oleh penjual yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

2. Kualitas pelayanan

   Kualitas pelayanan merupakan jasa yang digunakan penjual yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan menjelaskan secara detail produk

yang dijual. Pelayanan yang berkualitas akan membuat konsumen nyaman saat berbelanja.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang diberikan pengaruh oleh variabel lainnya. Biasanya variabel dependen disebut sebagai variabel (Y) atau variabel terikat. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang ditunjukkan konsumen setelah mengkonsumsi suatu barang. Berikut adalah tabel operasional variabel:

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Bahan berkualitas yang digunakan untuk membuat suatu produk dan kemudian akan dipasarkan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Derang, 2020).	1. Daya tarik produk 2. Kehandalan 3. Reputasi 4. Daya tahan produk (Rahayu, 2020)	Likert
Kualitas Pelayanan (X_2)	Sikap pelayanan yang di berikan suatu perusahaan yang berfungsi untuk memberikan kenyamanan pada konsumen juga untuk menarik perhatian konsumen baru agar tertarik membeli produk yang dijual perusahaan tersebut dan tetap menjadi pelanggan setia dalam suatu perusahaan. (Hermanto, 2020)	1. Reabilitas 2. Bukti fisik 3. Jaminan 4. Empati 5. Daya tanggap (Wani, 2020)	Likert

Tabel 3.3 Lanjutan

Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan hasil akhir tanggapan konsumen setelah mengkonsumsi suatu barang (Nicca, 2021).	1. Penilaian pelanggan 2. Konfirmasi harapan 3. Kesediaan untuk merekomendasikan pada orang lain 4. Minat membeli ulang 5. Ketidakpuasan pelanggan (Hermanto, 2020)	Likert

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mengolah data dan mengambil kesimpulan dengan teknik mendeskripsikan data. Analisis statistik deskriptif dapat menggambarkan kondisi variabel yang digunakan apakah variabel tersebut kondisi baik, cukup dan buruk. Analisis ini disajikan dalam 2 bentuk skor yaitu skor minimum dan skor maksimum (Indriantoro, 2018).

3.8.2 Uji Kualitas Instrument

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur seberapa kuat suatu alat tes yang digunakan. Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah kuesioner yang kita gunakan sudah sah maka perlu mengujinya dengan cara menguji validitas pernyataan kuesioner. Model yang digunakan peneliti untuk menguji validitas pernyataan kuesioner yaitu dengan *person korelation* (Hermanto, 2020). Hasil dari uji validitas terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Data dikatakan valid jika r hitung > r tabel dengan sign 0,05
2. Data dikatakan tidak valid jika r hitung < r tabel dengan sign 0,05

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian yang dilakukan untuk mengukur indikator variabel penelitian. Kuesioner dapat dikatakan reliabilitas jika nilai Croanbach Alpha lebih besar daripada 0,6. Jika hasilnya sudah dapat maka baru bisa menyimpulkan apakah data penelitian diterima atau tidak (Hermanto, 2020). Hasil dari uji reliabilitas terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Data dikatakan reliabel jika nilai Croanbach Alpha > dari 0,6
2. Data dikatakan tidak reliabel jika Croanbach Alpha < dari 0,6

3.8.3 Uji Asumsi Klasik.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan menggunakan metode uji data histogram dan gambar normal P-P Plot. Uji ini dilakukan untuk mengetahui data sudah normal atau tidak normal (Widodo, 2018). Hasil uji normalitas terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Jika gambar P-P Plot mengikuti garis atau berada dekat garis maka data dikatakan normal
2. Jika gambar P-P Plot menyimpang atau jauh dari garis maka data dikatakan tidak normal

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak gejala multikolinieritas dengan cara melihat efek kolinearitas itu sendiri. Untuk itu kita harus mengetahui adanya gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas yaitu

jika salah satu variabel bebas mendapat kolerasi nilai sempurna yaitu lebih dari 10 (Widodo, 2018).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk menganalisis apakah ada ketidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu dengan yang lainnya. Jika nilai residu tidak memiliki varian maka dapat disimpulkan bahwa terjadinya heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Variabel ini menghubungkan antara salah satu variabel (X) dengan variabel (Y). Dalam penelitian ini variabel independen merupakan kualitas produk dan kualitas pelayanan sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Derang, 2020). Adapun rumus Regresi Linear Berganda yaitu:

$$Y = \alpha + b1X_1 + b2X_2 + b_nX_n + e$$

Rumus 3 2 Rumus Regresi Linear

Sumber: Hendrison (2020)

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

α = Konstanta

b = Koefisien estimate

e = Variabel Pengganggu

3.8.4.2 Koefisien Desterminasi

Koefisien desterminasi atau disebut dengan R^2 adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur kemampuan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ada 2 yaitu antara koefisien 0 dan koefisien 1. Jika koefisien desterminasinya 0 maka variabel X tidak berpengaruh dengan Y begitu juga juga sebaliknya (Derang, 2020).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan dengan varibel dependen. Untuk penelitian ini uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen kosmetik Wardah. Adapun rumus T yang dimaksud yaitu :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3 3 Uji T

Sumber: Ida (2021)

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung} selanjutnya dapat dilihat melalaui t_{tabel}

r^2 = Kolerasi parsial

n = Jumlah sampel

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah data yang dimiliki sudah layak. Tujuan pengujian ini yaitu untuk memperhitungkan pengaruh variabel X pada variabel Y. Dalam pengujian ini akan memperhitungkan pengaruh kualitas produk

dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah. Menurut (Oskar, 2020), yang menjadi tolak ukur dalam pengujian ini yaitu:

1. Jika F signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima
2. Jika F signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)\ /(n - k - 1)}$$

Rumus 3 4 Uji F

Sumber: Rahayu (2020)

Keterangan:

R = Koefisien Kolerasi Ganda

K = jumlah variabel independen

n = sampel